" महाराष्ट्र राज्यातील विद्यापीठीय ग्रंथालय सेवेच विपणनशास्त्र : एक विश्लेषणात्मक अभ्यास"

स्वामी रामानंद तीर्थ मराठवाडा विद्यापीठ, नांदेड

आंतरविद्याशाखीय अंतर्गत

ग्रंथालय आणि माहितीशास्त्र विषयाच्या

पी.एच.डी. (Ph.D.) पदवीसाठी

सादर करावयाचा

शोध प्रबंधाचा आराखडा

:: संशोधक ::

कु.संगिता गंगाराम उतेकर

ग्रंथपाल

द.ग.तटकरे महाविद्यालय, माणगांव-रायगड

:: मार्गदर्शक ::

डॉ. सुधाकर भाऊराव टेळके

ग्रंथपाल

कला, वाणिज्य व विज्ञान महाविद्यालय

शंकरनगर, ता. बिलोली जि.नांदेड

डिसेंबर-२०१९

प्रस्तावना :

ब्रिटिश काळात इ.स.१८५७ मध्ये कलकत्ता, मद्रास व मुंबई येथे विद्यापीठे स्थापन करण्यात आली. भारतीयांना मुलकी सेवेत भरती करणे हे त्यावेळच्या शिक्षणाचे ध्येय होते, पण स्वातंत्र्यानंतर देशाच्या सामाजिक व आर्थिक विकासामध्ये मदत व्हावी, सुबुध्द नागरिक निर्माण व्हावेत या दृष्टिने शिक्षण व्यवस्था निर्माण झाली. विद्यापीठ अनुदान मंडळाने १९५६ उच्च शिक्षणाच्या विकासासाठी काही मार्गदर्शक तत्वे आरेखित केली.

विद्यापीठाशी संलग्न असलेली ग्रंथालये ती विद्यापीठीय ग्रंथालये. यामध्ये पारंपरिक विद्यापीठे, कृषी विद्यापीठे, अभिमत विद्यापीठे, विद्यापीठीय दर्जाच्या संस्था या सर्वांचा समावेश होतो. या प्रकारच्या उपयोजकांमध्ये पदव्युत्तर विद्यार्थी, प्राध्यापक अभ्यासक व संशोधक यांचा समावेश होतो. येथे शैक्षणिक व संशोधनकार्य चालते. या प्रकारच्या ग्रंथालयातील ग्रंथसंग्रह सुध्दा प्रचंड असतो. त्यामुळे ग्रंथ, हस्तलिखिते त्याचबरोबर सूक्ष्मपट, सूक्ष्मफिती, दृक्-श्राव्य साधने, संगणक, संगणक प्रणाली, संगणक तबकड्या, सी.डी.रॉम, देशी व विदेशी नियतकालिके, विशेष ग्रंथालय कक्ष यासारखे मुद्रित व अमुद्रित साहित्य, आधुनिक शैक्षणिक साधनेही उपलब्ध असतात. उच्च शिक्षण हे स्वयंशिक्षण असल्यामुळे सर्व सुविधा ग्रंथालयात उपलब्ध असतात. विद्यापीठीय ग्रंथालयामार्फत उपयोजकांना खालील सेवा उपलब्ध करून दिल्या जातात. सूची सेवा, नव्या ग्रंथांची माहिती, वृत्तपत्रांची कात्रणे, प्रचलिते जागरूकता सेवा, निवडक प्रसारण सेवा, भाषांतर सेवा, प्रतिरूप सेवा, आंतरग्रंथालयीन सेवा, संशोधक व अभ्यासकांसाठी नियतकालिकातील अनुक्रमणिका सेवा, सारलेखन, ग्रंथालयातील तांत्रिक कामे वर्गीकरण, तालिकीकरण, दाखल नोंद वगैरे. त्याशिवाय आधुनिक ग्रंथालयाच्या यांत्रिकीकरणामुळे उपलब्ध होणाऱ्या ऑनलाईन, इंटरनेट, आंतरराष्ट्रीय माहिती प्रणाली सेवा, माहिती प्रतिप्राप्ती सेवा इत्यादी सेवाही दिल्या जातात. यासाठी उपयोजकांचे शिक्षण, चर्चासत्रे इत्यादी सेवा उपलब्ध असतात.

ही ग्रंथालये विद्यापीठाची ध्येये अमलात आणण्याचे कार्य करतात. ज्ञानाचे, संस्कृतीचे जतन, अध्यापन, प्रकाशन, विस्तारीत सेवा, ग्रंथालयशास्त्राचे प्रशिक्षण वर्ग, पदव्युत्तर ग्रंथपालन, नवीन ज्ञानाची जुन्या व्यावसायिकांना ओळख करून देण्यासाठी अभ्यास वर्ग ही ग्रंथालयाची कार्ये होत.

आधुनिक व्यवसायात विपणन हा परवलीचा शब्द झालेला आहे. आधुनिक विपणन हे विक्री व खरेदी प्रक्रियांच्या पलिकडे गेलेले दिसते. व्यवसाय हे ग्राहकांच्या मागण्या व गरजा पूर्ण करण्याकरिता वस्तू व सेवांचे उत्पादन करीत असत. आज २१ व्या शतकात, जागतिकीकरणाच्या कालखंडात मोठ्या प्रमाणावर मागणीपूर्व उत्पादन होत आहे. याचाच अर्थ आधी उत्पादन आणि नंतर वितरण. विपणन हा जगातील सर्वात जुना व्यवसाय आहे. अगदी जून्या वस्तू विनिमय पध्दती पासून आधुनिक विपणन प्रणालीपर्यंत विपणनात विनिमय होत आहे. म्हणजेच वस्तू व सेवांची उत्पादकाकडून ग्राहकांपर्यंत होणारी विनिमय प्रक्रिया हा विपणनाचा आत्मा आहे. विपणन हे प्रत्यक्ष समोरासमोरच विक्रेता व खरेदीदाराने केलेली कृती राहिलेली नसून विविध माध्यमांद्वारे आपली गरज पूर्ण करून घेण्याची क्रिया बनलेली आहे. उत्पादित वस्तू व सेवा ग्राहकाच्या हातात पडेपर्यंत कराव्या लागणाऱ्या सर्व क्रियांना विपणन असे म्हणतात.

आधुनिक विपणन हे जागतिक स्वरूपाचे झालेले आहे. ग्राहक हा संपूर्ण विपणन प्रक्रियेतील महत्वाचा घटक आहे. प्रा.पीटर ड्रकर ह्यांच्या मते, विपणनाचे मुख्य कार्य ग्राहक निर्मिती करणे हे आहे. ग्राहकांच्या गरजा व आवश्यकता पूर्ण करणे हेच विपणन प्रक्रियेचे उद्दिष्ट असते. उत्पादक व ग्राहक ह्यांच्यामध्ये दूवा साधण्याचे कार्य विपणन प्रक्रियेद्वारे होते. उत्पादका कडून वस्तू व सेवांच्या हस्तांतरणाचे म्हणजेच वस्तू व सेवांचा विनिमय ग्राहकांपर्यंत विपणनाद्वारे केला जातो.

विद्यापीठाच्या ग्रंथालयांमधील ग्रंथपालांनी शैक्षणिक समुदायाच्या विविध गट-विद्यार्थी, शिक्षक आणि संशोधन अभ्यासकांच्या गरजांची पूर्तता करण्यात महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावू शकतात. त्यांचे शैक्षणिक संशोधन पुढे चालू ठेवण्यासाठी ते त्यांच्या वापरकर्त्यांच्या आवश्यकतां-बद्दल अधिक प्रतिसाद देतात आणि ग्रंथालयाची उद्दिष्ट्ये आणि उद्दिष्टे अधिक प्रभावीपणे साध्य करतात. वाचन सामुग्रीचे वाढते दर, माहिती स्फोट, नवीन माहिती तंत्रज्ञानाची सुरूवात, संकुचित निधी, पैशांचे अवमूल्यन, ग्रंथालयांना होणाऱ्या पाठिंब्यामुळे विद्यापीठाच्या ग्रंथालयांना त्यांच्या स्थानावर पुनर्विचार करणे आणि नफ्या संस्थांना कार्यक्षमतेने, प्रभावीपणे हाताळण्यास शक्य असणाऱ्यो काही साधनांचा उपयोग करणे आवश्यक झाले आहे. फायदेशीर एक साधन जे योग्य आहे ते म्हणजे त्यांची उत्पादने आणि सेवांचे विपणन. विद्यापीठाच्या वातावरणामध्ये माहितीला बाजारात आणणारी वस्तू म्हणून विचार करणे अजूनही विचित्र वाटते. विद्यापीठात, मुख्य उद्दिष्ट

म्हणजे ज्ञानाची वाढ आणि संशोधनाला चालना देणे हे बाजारात असताना मुख्य उद्दिष्ट म्हणजे नफा मिळविणे.

संशोधन आणि विकासाची गती स्पष्ट करण्यासाठी, या दोघांमधील समतोल राखण्यासाठी शैक्षणिक आणि व्यवसायाच्या दृष्टिकोनाचा एक संगम बिंदू शोधणे आवश्यक आहे, जेणे करून वापरकर्त्यांना गरजू पैशाची माहिती मिळेल आणि त्यांचे बहुतेक मौल्यवान वस्तू वाया न घालवता विद्यापीठाच्या ग्रंथालयांमधील माहिती सेवा आणि उत्पादनांच्या क्षेत्रात बाजारपेठ संकल्पना कशी लागू होते यावर लक्ष केंद्रीत करते.

माहितीचे विपणन ग्रंथालय व्यवसायातील एक लोकप्रिय विषय आहे. माहितीचे विपणन म्हणजे संभाव्य वापरकर्ता / ग्राहकांकडे माहितीचे हस्तांतरण ग्रंथालय आणि माहिती सेवांचे विपणन आपल्या देशात एक नवीन विकास आहे. विद्यापीठाच्या ग्रंथालयानी त्यांचे आर्थिक स्त्रोत वाढविण्यासाठी आणि नवीन माहिती तंत्रज्ञानाचा उपयोग करून वापरकर्त्यांना अधिक चांगली माहिती पुरविण्याकरिता विपणन दृष्टिकोन स्विकारण्याची गरज यावर जोर दिला आहे. विपणन संकल्पना आणि त्यावरील विविध क्रियाकलाप आणि विद्यापीठाच्या ग्रंथालयांमधील ग्रंथालय आणि माहिती उत्पादने आणि सेवांच्या विपणनात या क्रियाकलापांना यशस्वीरित्या कसे लागू केले जाऊ शकते यावर प्रकाश टाकते. विपणन पध्दत विद्यापीठाच्या ग्रंथालयांना त्यांची प्रतिक्षा सुधारण्यासाठी आणि अधिक वापरकर्त्यांना आकर्षित करण्यासाठी उपयुक्त आहे. विपणन ग्रंथालयांना त्यांच्या संस्था आणि समाजातील एक व्यवसाय म्हणून त्यांची प्रतिष्ठा सुधारण्यास मदत करते.

२) संशोधन समस्या :

स्वामी रामानंद तीर्थ मराठवाडा विद्यापीठ, नांदेड विद्यापीठाच्या ग्रंथालय व माहितीशास्त्र विद्यावाचस्पती शिक्षणक्रमासाठी असलेल्या शोधनिबंधाकरिता संशोधकाने **"महाराष्ट्र राज्यातील विद्यापीठीय ग्रंथालय व माहिती सेवेचे विपणनशास्त्र : एक विश्लेषणात्मक अभ्यास"** हा विषय निवडला आहे.

२.१) समस्येतील संज्ञाचे स्पष्टीकरण :

१) **फिलिप कोटलकर :** "विपणन ही मानवी प्रक्रिया असून विनिमयाद्वारे गरजा व आवश्यकता पूर्ण केल्या जातात." विपणन ही मानवाच्या इतर क्रियानुसार

असणारी एक क्रिया आहे. या क्रियेमध्ये वस्तू आणि सेवा यांची खरेदी आणि विक्री तसेच याच्याशी संबंधीत असणाऱ्या सर्व सेवा यांचा विपणन या संकल्पनेत समावेश होतो. या क्रिया विनिमयाद्वारे पूर्ण होतात. विनिमय पूर्ण झाल्यानंतर वस्तूची मालकी बदलते आणि खरेदी करणाऱ्या व्यक्तीची गरज पूर्ण होते.

२) विपणन संशोधनाची व्याख्या **"अमेरिकन मॅनेजमेंट असोसिएशन"** या संस्थेने पुढील प्रमाणे केलेली आहे.

"व्यापार क्षेत्रातील धोरणे, पध्दती व कृती या सिध्द निष्कर्षावर आधारलेल्या असाव्यात व मूल्यमापनाच्या वस्तूनिष्ठ कसोट्यांवर त्या टिकाव्यात या हेतूने उपलब्ध संभाव्य बाजारपेठांची आणि त्यातील घडामोडींची सतत निरीक्षणाच्या सहाय्याने केलेली विश्लेषणात्मक पाहणी व मूल्यमापन म्हणजे बाजारपेठ संशोधन होय." वरील व्याख्येवरून हे स्पष्ट होते की, बाजारपेठ संशोधनात विपणनातील सर्व व्यवहारांचा अभ्यास केला जातो. त्यामुळे त्यास व्यवस्थापनाचे हत्यार म्हटले जाते. यात गोळा केलेल्या माहितीच्या विश्लेषणातून निघणारे निष्कर्ष हे भविष्यातील निर्णय घेण्यासाठी व्यवस्थापकाला उपयुक्त ठरतात.

३) विपणन म्हणजे वस्तू व सेवा यांची खरेदी-विक्री आणि खरेदी-विक्रीशी सर्व कार्यांचा (जाहिरात, विमा, बँकींग) समावेश विपणन या संकल्पनेमध्ये होतो.

विपणन क्रिया ही उपयोगितेची निर्मिती करणारी प्रक्रिया आहे. या प्रक्रिये मध्ये वस्तूची मालकी बदलते. खरेदी प्रक्रिया ताबा उपयोगितेची निर्मिती करते. खरेदी-विक्रीच्या प्रक्रियेबरोबर तीन प्रकारची कार्य पार पाडली जातात. (१) विनिमय कार्य : खरेदी आणि विक्री (२) भौतिक कार्य : मालाची वाहतूक, साठवणूक, प्रक्रिया, प्रतवारी, मालाचे आवेस्टन आणि संवेस्टन इ. (३) सेवा पुरविणारी कार्य : जाहिरात, विमा, बँकींग इ.

अशा प्रकारे विपणन ही केवळ खरेदी-विक्री पूर्ती मर्यादित असणारी प्रक्रिया नाही तर त्याबरोबर वरील प्रकारच्या सेवांचाही समावेश होतो.

३) पूर्व साहित्याचा आढावा :

संशोधनाकरिता निवडलेला विषय **"महाराष्ट्र राज्यातील विद्यापीठीय ग्रंथालय व माहिती सेवेचे विपणनशास्त्र : एक विश्लेषणात्मक अभ्यास"** हा आहे. हा विषय निवडतांना महाराष्ट्र राज्यातील विद्यापीठीय ग्रंथालयांमध्ये यावर संशोधनकार्य करण्यात आले आहे का ते पाहिले. परंतु या विषयाशी संबंधित विषय विद्यापीठीय ग्रंथालयांमध्ये झालेला नाही असे शोध केल्यानंतर लक्षात आले. या विषयाशी संबंधित संशोधन उत्तर प्रदेश राज्यात झालेले आहे, असे शोधगंगा वरून शोधण्यात आले. श्रीमती रेनू शर्मा या संशोधकांनी "उत्तर प्रदेश राज्य विद्यापीठाच्या ग्रंथालयांमधील माहितीचे विपणन : एक मूल्यांकनात्मक अभ्यास" या विषयावर संशोधन कार्य २०१३ मध्ये पूर्ण करून शोधगंगा वर ठेवलेले आहे. त्यांनी त्यांच्या संशोधनामध्ये -

(१) असे आढळून आले आहे की, विद्यापीठाच्या ग्रंथालयांमध्ये माहितीच्या विपणनाकडे दुर्लक्ष केले जाते.

(२) उत्तर प्रदेशातील अनेक विद्यापीठांच्या ग्रंथालयांमध्ये माहितीच्या विपणनाबाबत कोणतेही लेखी धोरण नाही.

(३) विपणन माहितीची उत्पादन ग्रंथालयात निवडक माहितीचे प्रसारण म्हणून व्यवस्थित विकसित केलेली नाहीत. प्रचलित जागरूकता सेवा, भाषांतर सेवा, अनुक्रमणिका, सारांश आणि ग्रंथसूची यादी इत्यादी वापरकर्ता तेथे निकाल देण्यास तयार आहेत.

(४) वापरकर्त्यांची केवळ फोटोकॉपी सेवा, अनुवाद सेवा, अनुक्रमणिका, अमूर्त आणि इंटरनेट इ. देण्यात येतात.

(५) अपयशी बाजाराचे कारण प्रशिक्षित कर्मचाऱ्याच्या अर्थसंकल्पाची मर्यादा नसणे हेच आहे. वापरकर्त्यास विनामूल्य प्रशासकीय सेवेच्या सेवा आणि धोरणात्मक निर्णयासाठी पैसे देण्यास रस नाही.

(६) केवळ एका विद्यापीठाच्या ग्रंथालयाने ग्रंथालयाच्या ऑपरेशनच्या नियंत्रणावर अधिक अर्थसंकल्प खर्च केला.

(७) उत्तर प्रदेशातील काही विद्यापीठांच्या ग्रंथालयांना अद्ययावत ठेवण्यासाठी पुरेसे बजेट नसते.

(८) वित्त विद्यापीठाच्या ग्रंथालयांचे अभ्यास संग्रह समाधानकारक आहे, परंतु त्यांच्यातील काही पैशाच्या मर्यादेमुळे त्यांच्या संग्रहात स्पष्ट अंतर आहे.

(९) उत्तर प्रदेशातील विद्यापीठ ग्रंथालय माहिती तंत्रज्ञानाचा संपूर्ण उपयोग करीत नाही आणि माहिती सेवांच्या विपणनातही वापरत आहेत.

(१०) विशेष ग्रंथसूची नियमितपणे विविध विषयांवर आणि वापरकर्त्यांच्या गरजेनुसार नियमितपणे अद्ययावत करणे आवश्यक आहे.

(११) प्रचलित जागरूकता सेवा अधिक व्यापक आणि नियमित करणे आवश्यक आहे.

(१२) उत्तर प्रदेश मधील विद्यापीठाच्या ग्रंथालयात बाजारातील विपणनाची प्रभाविता मूल्यांकन करण्यासाठी किंवा त्यावर लक्ष ठेवण्यासाठी योग्य पध्दतीचा अभाव असल्याचे आढळून आले आहे.

(१३) विद्यापीठाची ग्रंथालये, त्यांची उत्पादने आणि सेवांसाठी स्वतंत्र अर्थसंकल्प ठेवत नाही.

वरील सर्व बाबी जर विचार करून त्यांची काळजी घेतली गेली आणि अंमलात आणली गेली तर उत्तर प्रदेशच्या विद्यापीठाच्या ग्रंथालयांच्या अडचणी दूर करण्यात बरीच मदत होईल. स्त्रोतांचा तुटवडा, दृष्टिकोन नियोजनाचा अभाव, विद्यापीठाच्या व सरकारकडे दुर्लक्ष यामुळे अशी समस्या उद्‌भवली आहे, असे दिसून येते. प्राच्य शिक्षणाचे विपणन अधिकाऱ्याकडे नसते, हे सर्व विद्यापीठातील ग्रंथालय आणि त्यांच्या सेवांवर परिणाम करतात. विशेषतः आणि सर्वसाधारणपणे ते संपूर्ण ग्रंथालयाच्या व्यवसायावर आणि संपूर्ण देशावर परिणाम करतात.

४) संशोधनाची गरज :

विद्यापीठाच्या वातावरणामध्ये माहितीला बाजारात आणणारी वस्तू म्हणून विचार करणे अजूनही विचित्र वाटते. विद्यापीठात मुख्य उद्दिष्ट म्हणजे ज्ञानाची वाढ, नफा मिळविणे. संशोधन आणि विकासाची गती स्पष्ट करण्यासाठी या दोघांमध्ये समतोल राखण्यासाठी शैक्षणिक आणि व्यवसायाच्या दृष्टिकोनाचा एक संगम बिंदू शोधणे आवश्यक आहे. विद्यापीठाच्या ग्रंथालया मधील माहिती सेवा आणि उत्पादनांच्या क्षेत्रात बाजारपेठ संकल्पना कशी लागू होते याचा अभ्यास करण्यासाठी संशोधकाने **"महाराष्ट्र**

राज्यातील विद्यापीठीय ग्रंथालय व माहिती सेवेचे विपणनशास्त्र : एक विश्लेषणात्मक अभ्यास" हा विषय घेतला आहे.

५) संशोधनाची उद्दिष्ट्ये :

* ग्रंथालय आणि माहिती केंद्राच्या विपणनाची आवश्यकता समजून घेण्यासाठी,
* ग्रंथालय आणि माहिती विपणनासाठी आवश्यक धोरणात्मक नियोजन प्रक्रिया समजून घेणे,
* विविध ग्रंथालय सेवांचे विपणन ओळखणे,
* तंत्रज्ञानासाठी ग्रंथालयांना त्यांची माहिती सेवा / उत्पादने बाजारात आणण्यास कशी मदत करते ते तपासा,
* विपणन साधने आणि तंत्राचे प्रशिक्षण आणि ज्ञान कौशल्ये सुधारण्यासाठी,
* विपणन ग्रंथालय आणि माहिती सेवा दरम्यान उद्‌भवलेल्या समस्या जाणून घेण्यासाठी,
* विद्यापीठाच्या ग्रंथालयांमधील सुधारित विपणन पध्दतीचे मार्ग सूचविणे आदी.

६) संशोधनाची गृहितके / परिकल्पना :

* काही विद्यापीठे त्यांच्या माहिती सेवांचे पूर्ण प्रमाणात विपणन करत नाहीत.
* महाराष्ट्राच्या विद्यापीठांच्या ग्रंथालयांमध्ये विपणनाचा प्रश्न आहे इतका फरक नाही.
* वाचन आणि साक्षरता कौशल्य आणि आत्मविश्वास सुधारण्यासाठी सहकार्य देत आहे.

७) संशोधनाची व्याप्ती व मर्यादा :

संशोधकाने हाती घेतलेले संशोधन हे **"महाराष्ट्र राज्यातील विद्यापीठीय ग्रंथालय व माहिती सेवेचे विपणनशास्त्र : एक विश्लेषणात्मक अभ्यास"** अशी आहे.

प्रस्तुत अभ्यासामध्ये महाराष्ट्र राज्यातील विद्यापीठांतर्गत येणारी राज्य विद्यापीठे २०, केंद्रीय विद्यापीठ १ आणि अभिमन विद्यापीठे २१ अशा एकूण ४२ विद्यापीठीय ग्रंथालयांचा संशोधनामध्ये समावेश करण्यात आला आहे.

यात काही विद्यापीठांमध्ये सर्वच ग्रंथालय सेवांचे विपणन झालेले नाही. त्यामुळे त्या विद्यापीठांचा अभ्यास नाईलाजाने वगळावा लागेल, ही माझी संशोधन विषयाची मर्यादा असेल.

८) संशोधन पध्दती :

प्रस्तुत संशोधनाच्या माहिती संकलनाकरिता सर्वेक्षण पध्दतीचा अवलंब करण्याचे ठरविले आहे.

९) माहिती संकलन :

प्रस्तुत संशोधनाच्या निरीक्षण, प्रश्नावली व मुलाखत इत्यादी साधनांचा अवलंब करून माहिती गोळा करण्याचे ठरविले आहे. ही फक्त ग्रंथालयीन व्यावसायिक जसे - विद्यापीठ ग्रंथपाल, उपग्रंथपाल व सहाय्यक ग्रंथपाल यांच्याकडून प्रश्नावलीद्वारे मिळणारी माहिती गोळा करण्याचे ठरविले आहे. प्रस्तुत संशोधनामध्ये वाचकांचा समावेश नसेल.

१०) माहितीचे विश्लेषण :

प्रस्तुत संशोधनात उद्दिष्टनिहाय माहितीचे संकलन करून त्यानुसार मिळालेल्या माहितीचे विश्लेषण करून आवश्यक तिथे आलेख, तक्ता यांचा उपयोग करण्यात येईल. तसेच आवश्यकतेनुसार सांख्यिकीय तंत्राचा देखील वापर करण्यात येईल.

११) प्रकरणीकरण :

(१) प्रस्तावना.

(२) वाचन साहित्याचा आढावा.

(३) विद्यापीठाची ग्रंथालये : आढावा.

(४) शैक्षणिक ग्रंथालयाची माहिती व सेवेच्या विपणनशास्त्राची : पार्श्वभूमी.

(५) माहिती विश्लेषण व अर्थनिर्वचन.

(६) निष्कर्ष व सूचना.

संदर्भसूची

परिशिष्टे

सामुग्री विश्लेषण पध्दती :

१. संदर्भ माहिती संकलन : १० महिने

२. दुय्यम साधनांचा आढावा : ६ महिने

३. सामुग्रीचे विश्लेषण : ४ महिने

४. प्रबंध लिखाण व सादरीकरण : ४ महिने

संदर्भ ग्रंथ सूची :

१. Acharya & Agrawal (2005) : *Agricultural Marketing,* Oxford University Press.

२. Gupta, D.K. (2006) : *Broadening LIS Marketing. In Marketing Library and Information Services : International Perspectives,* Munich, P.P.43-48.

३. Jose, J & Bhat (2007) : *Marketing of Library and Information Services : A Strategic Perspective, Vision, The Journal of Business Perspective,* 1 (11).

४. Kotler, P., (1997) : *Marketing Management : Analysis, Planning, Implementation and Control,* Upper Saddle River, Prentice Hall, P.P. 32-34.

5. Kumbhar, Rajendra (2014) : *Library and Information Science Research : Methods and Techniques*, Pune, Universal Prakashan, P.P.35-37.

6. आगलावे, प्रदीप (२०००) : संशोधन पध्दतीशास्त्र व तंत्रे, नागपूर, विद्या प्रकाशन, पान क्र.५०.

7. कऱ्हाडे, बी.एम., (२०१८) : शास्त्रीय संशोधन पध्दती, नागपूर, पिंपळपूरे ॲण्ड कं. पब्लिशर्स, पान क्र.२०.

8. कोण्णूर, एम.बी., आणि इतर (२००८) : डायमंड ग्रंथालय व माहितीशास्त्रकोश, पुणे, डायमंड पब्लिकेशन, पान क्र.३२.

दिनांक :

ठिकाण :

संशोधक	मार्गदर्शक
(संगिता गंगाराम उतेकर)	(डॉ. सुधाकर भाऊराव टेळके)